

16. januar 2020

Finanstilsynet

Redegørelse om inspektion i 4Finance ApS (hvidvaskområdet)

Indledning

Finanstilsynet var den 25. april 2018 på inspektion i 4Finance ApS. Inspektionen var en undersøgelse af hvidvaskområdet som led i det løbende tilsyn med virksomheden. Inspektionen omfattede bl.a. virksomhedens risikovurdering, skriftlige politikker, procedurer og interne kontroller samt virksomhedens kundekendskab, herunder overvågning af kunder.

Risikovurdering og sammenfatning

Virksomheden tilbyder mindre forbrugslån til private kunder via internettet gennem virksomhedens brands Vivus.dk og Zaplo.dk. Virksomheden tilbyder ikke andre produkter og er kun til stede i det danske marked.

Finanstilsynet vurderer, at virksomhedens iboende risiko for at blive brugt til hvidvask eller finansiering af terrorisme er normal vurderet i forhold til gennemsnittet af finansielle virksomheder i Danmark. I vurderingen har Finanstilsynet særligt lagt vægt på, at virksomheden tilbyder et enkelt finansielt produkt, og at produktet alene tilbydes til privatkunder bosat i Danmark. Omvendt består virksomhedens kundeportefølje udelukkende af distancekunder.

På baggrund af inspektionen er der et antal områder, som giver anledning til tilsynsmæssige reaktioner. Henset til den tid der er gået siden inspektionens foretagelse, er Finanstilsynet klar over, at forholdene kan have ændret sig betydeligt.

Finanstilsynet konstaterede, at virksomheden i sin risikovurdering ikke i tilstrækkelig grad identificerer og vurderer den iboende risiko for, at virksomheden kan blive brugt til hvidvask eller finansiering af terrorisme. Dette gælder især risikoen for, at virksomheden bliver brugt til finansiering af terrorisme. Virksomheden får derfor påbud om at revidere sin risikovurdering.

Virksomheden får et påbud om at udarbejde en hvidvaskpolitik, da virksomheden ikke har udarbejdet en sådan og dermed ikke har fastsat de overordnede strategiske mål i relation til forebyggelse af hvidvask og finansiering af terrorisme og de risici, virksomheden ønsker at påtage sig.

Endelig får virksomheden et påbud om at sikre, at virksomheden inden etablering af en forretningsforbindelse gennemfører skærpede kundekendskabsprocedurer, i de tilfælde hvor virksomheden vurderer at dette vil være relevant.